

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA**

**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL IRMÃ AGOSTINA – CLASSE
DESCENTRALIZADA CEU CIDADE DUTRA**

Administração

Carlos Eduardo Bueno de Souza

Isaque Damascena dos Santos

Kauã Vicentini Silva

Raphael Cândido Barbosa

Vinicius Tadeu Gois de Souza

PLANO DE NEGÓCIOS: Étino E-commerce

São Paulo

2024

Carlos Eduardo Bueno de Souza

Isaque Damascena dos Santos

Kauã Vicentini Silva

Raphael Cândido Barbosa

Vinicius Tadeu Gois de Souza

PLANO DE NEGÓCIOS: Étino E-commerce

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Escola Técnica Irmã Agostina - Classe Descentralizada CEU Cidade Dutra, orientado pela Prof.^a Talita Paula Miranda de Souza, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

São Paulo

2024

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho a Deus, responsável por nos guiar em toda trajetória que seguimos no desenvolvimento deste trabalho, assim como nossos familiares por todo apoio que nos foi dado.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus por nos guiar neste trabalho e nos momentos difíceis, assim como nossos familiares e amigos por todos os incentivos. É um agradecimento especial à professora Talita Paula Miranda de Souza, cuja orientação foi essencial para a estruturação do nosso plano de negócios. A todos, nosso sincero obrigado.

EPÍGRAFE

“Depois de todas as tempestades e naufrágios o que fica de mim e em mim é cada vez mais essencial e verdadeiro.”

Caio Fernando Abreu

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem como objetivo a criação da Étino E-commerce, uma empresa inovadora que se propõe a introduzir no mercado uma nova linha de roupas e acessórios com temáticas étnicas. A ideia surgiu a partir de uma conversa entre cinco amigos que perceberam a necessidade de uma representação mais autêntica e diversificada da moda. A Étino tem como foco oferecer um serviço especializado em modas tradicionais de culturas internacionais para diferentes públicos, proporcionando uma expressão de cultura e identidade para aqueles que desejam se conectar com suas raízes, celebrar a diversidade étnica, ou simplesmente utilizar as roupas baseado em gosto pessoal. A empresa visa promover a valorização e o orgulho étnico, permitindo que indivíduos de diferentes origens se sintam representados e respeitados. O investimento inicial na Étino E-commerce será de R\$ 180.000,00, com cada um dos cinco sócios contribuindo para o investimento se tornar viável. O retorno do investimento é projetado para ocorrer em cerca de três anos. A empresa contará com quatorze funcionários dedicados para garantir seu funcionamento eficiente. A Étino estará localizada na Avenida Santo Amaro Nº 3432, uma área acessível e movimentada na zona sul de São Paulo. Esta localização estratégica permitirá que a empresa alcance um público amplo, incluindo usuários do metrô, do terminal rodoviário do Jabaquara e do terminal de vans ao litoral. A empresa acredita que a moda é uma forma poderosa de expressão pessoal e autoestima. Por isso, a Étino se compromete a oferecer roupas e acessórios de qualidade que celebrem a diversidade e a riqueza das culturas étnicas.

Palavras-Chave: Cultura. Moda. Serviço Especializado. Valorização.

ABSTRACT

This thesis aims at the creation of Étino E-commerce, an innovative company that proposes to introduce a new line of clothing and accessories with ethnic themes to the market. The idea emerged from a conversation among five friends who noticed the need for a more authentic and diversified representation of fashion. Étino focuses on offering a Specialized Service in traditional fashions of international cultures to different audiences, providing an expression of culture and identity for those who wish to connect with their roots, celebrate ethnic diversity, or simply wear clothes based on personal taste. The company aims to promote the appreciation and ethnic pride, allowing individuals from different backgrounds to feel represented and respected. The initial investment in Étino E-commerce will be R\$ 180,000.00, with each of the five partners contributing to make the investment viable. The return on investment is projected to occur in about three years. The company will have fourteen dedicated employees to ensure its efficient operation. Étino will be located at Avenida Santo Amaro Nº 3432, an accessible and busy area in the south zone of São Paulo. This strategic location will allow the company to reach a wide audience, including subway users, passengers from the Jabaquara bus terminal, and passengers from the coastal van terminal. They believe that fashion is a powerful form of personal expression and self-esteem. Therefore, Étino is committed to offering quality clothing and accessories that celebrate the diversity and richness of ethnic cultures.

Keywords: Culture. Appreciation. Fashion. Specialized Service.

SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO	9
1.1. Resumo dos Principais Pontos do Plano De Negócio.....	9
1.2. Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições....	9
1.3. Dados do Empreendimento.....	11
1.4. Missão da Empresa.....	11
1.5. Setores de Atividades.....	12
1.6. Forma Jurídica	12
1.7. Enquadramento Tributário	13
1.8. Capital Social.....	13
1.9. Fonte de Recursos.....	15
2. ANÁLISE DE MERCADO	17
2.1. Estudo dos Clientes.....	17
2.2. Estudo dos Concorrentes	18
2.3. Estudo dos Fornecedores	19
3. PLANO DE MARKETING	21
3.1. Descrição dos Principais Produtos e Serviços	21
3.2. Preço	22
3.3. Estratégias Promocionais	23
3.4. Estrutura de Comercialização.....	24
3.5. Localização do Negócio	24
4. PLANO OPERACIONAL	25
4.1. Layout ou Arranjo Físico	25
4.2. Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviços	26
4.3. Processos Operacionais	26
4.4. Necessidade de Pessoal.....	28
5. PLANO FINANCEIRO	32

5.1.	Estimativa dos Investimentos Fixos.....	32
5.2.	Capital de Giro.....	34
5.3.	Investimentos Pré-Operacionais	36
5.4.	Investimento Total (Resumo).....	37
5.5.	Estimativa do Faturamento Mensal	38
5.6.	Estimativa do Custo Unitário de Matéria-Prima, Materiais Diretos e Terceirizações	39
5.7.	Estimativa dos Custos de Comercialização	39
5.8.	Apuração do Custo dos Materiais Diretos e/ou Mercadorias Vendidas	40
5.9.	Estimativa dos Custos com Mão de Obra.....	41
5.10.	Estimativa do Custo com Depreciação	42
5.11.	Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais.....	43
5.12.	Demonstrativo de Resultados	44
5.13.	Indicadores de Viabilidade.....	45
5.13.1.	Ponto de Equilíbrio.....	46
5.13.2.	Lucratividade	46
5.13.3.	Rentabilidade.....	46
5.13.4.	Prazo de Retorno do Investimento.....	47
6.	CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	48
7.	AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	49
7.1.	Análise da Matriz F.O.F.A	49
8.	AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	52
	REFERÊNCIAS.....	53

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A Étino E-commerce se destaca como uma empresa dedicada a introduzir no mercado uma nova linha de roupas e acessórios com temáticas étnicas. Buscando oferecer moda autêntica e representativa, a Étino visa proporcionar uma expressão cultural e de identidade para aqueles que desejam se conectar com suas raízes e celebrar a diversidade étnica.

A empresa tem como objetivo promover a valorização e o orgulho étnico, permitindo que indivíduos de diferentes origens se sintam representados e respeitados por meio da moda étnica. O investimento inicial na Étino E-commerce será de R\$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais), com foco no desenvolvimento e na promoção da marca online.

1.1. Resumo dos Principais Pontos do Plano De Negócio

A Étino E-commerce é uma empresa especializada em moda étnica afro, operando como uma loja online. Com uma equipe de cinco sócios e um investimento total de R\$ 180.000,00, a empresa busca se destacar no mercado de moda étnica, promovendo a autenticidade cultural e a inclusão.

A empresa se dedica não apenas a oferecer produtos de qualidade, mas também a promover a conscientização e valorização da cultura afro descente. Por meio de eventos, campanhas e ações sociais, a Étino busca contribuir para uma sociedade mais inclusiva e culturalmente sensível.

Com uma visão de longo prazo, a Étino busca estabelecer-se como uma marca líder na promoção da autenticidade cultural e inclusão no mundo da moda étnica. Seus valores de integridade, responsabilidade social, respeito e sustentabilidade orientam suas ações, garantindo um impacto positivo na sociedade e no mercado nacional.

1.2. Dados dos Empreendedores, Experiência Profissional e Atribuições

Sócio 1: Vinicius Tadeu Gois de Souza

Cargo na empresa: CEO (Diretor Executivo)

Principais Funções: Vinicius é responsável pela liderança geral da empresa. Ele define a visão estratégica da Étino E-commerce e supervisiona todas as

operações para garantir que os objetivos sejam alcançados. Além disso, ele desempenha um papel crucial na tomada de decisões importantes, no estabelecimento de parcerias estratégicas e na representação da empresa perante o público e os stakeholders.

Sócio 2: Carlos Eduardo Bueno de Souza

Cargo na empresa: Presidente

Principais Funções: Carlos lidera a alta direção da Étino E-commerce. Ele é responsável por definir a estratégia geral da empresa, estabelecer metas de negócios e garantir a execução eficaz das operações. Além disso, ele representa a empresa em questões externas, como relações com investidores, parcerias estratégicas e negociações com fornecedores.

Sócio 3: Isaque Damascena dos Santos

Cargo na empresa: Diretor de Marketing

Principais Funções: Isaque lidera todas as iniciativas de marketing da Étino E-commerce. Ele desenvolve e implementa estratégias para promover a marca, aumentar a conscientização sobre os produtos e alcançar o público-alvo. Suas responsabilidades incluem o gerenciamento de campanhas publicitárias, presença nas redes sociais, colaborações com influenciadores e análise de dados para otimização do desempenho do marketing.

Sócio 4: Kauã Vicentini Silva

Cargo na empresa: Diretor de Operações

Principais Funções: Kauã é responsável por supervisionar as operações diárias da Étino E-commerce. Ele gerencia o fluxo de trabalho, logística, estoque e atendimento ao cliente para garantir uma experiência de compra suave e eficiente. Além disso, ele desenvolve e implementa processos operacionais para melhorar a eficiência e reduzir custos.

Sócio 5: Raphael Candido Barbosa

Cargo na empresa: Diretor de Sustentabilidade e Responsabilidade Social

Principais Funções: Raphael lidera as iniciativas de sustentabilidade e responsabilidade social da Étino E-commerce. Ele desenvolve e programa políticas e práticas para reduzir o impacto ambiental das operações da empresa, promover o comércio justo e apoiar comunidades locais. Além disso, ele é responsável por estabelecer parcerias com organizações e iniciativas que compartilham os valores de sustentabilidade e inclusão da empresa.

1.3. Dados do Empreendimento

A Étino E-Commerce Ltda., também conhecida pelo nome fantasia Étino, é uma empresa atuante no comércio de roupas. Ela valoriza a diversidade étnica e cultural em seu ambiente de trabalho, reconhecendo que a representatividade de diferentes grupos é fundamental para a construção de uma equipe saudável e integrada. A promoção da diversidade étnica não apenas enriquece a empresa, mas também contribui para a troca de ideias e perspectivas diversas.

Razão Social: Étino E-Commerce Ltda.

Nome Fantasia: Étino

Atividade Principal: Comércio de Roupas

Endereço: Av. Santo Amaro, nº3432

Bairro: Santo Amaro

Fone: (11) 5685-2830

E-mail: étinoecommerce@gmail.com

CNPJ/MF: 40.583.777/0001-27

Razão Social	Étino E-Commerce Ltda.
CNPJ	40.583.777/0001-27

Fonte: Catho, 2024.

1.4. Missão da Empresa

A missão define o propósito atual, a visão estabelece a direção futura e os valores determinam os princípios que norteiam a organização. Essas declarações ajudam a empresa a manter o foco em seus objetivos e a tomar decisões alinhadas com sua direção estratégica. Com isso a empresa tem a seguinte missão, visão, valores:

Missão: Oferecer a moda étnica autêntica, respeitando as tradições da cultura afro e promovendo a conscientização sobre a diversidade cultural.

Visão: Ser referência como uma marca líder na moda étnica afro, impulsionando a inclusão, sustentabilidade e inovação no mercado.

Valores: Integridade, respeito cultural, responsabilidade social e ambiental, inovação constante e foco no cliente são os pilares que norteiam as atividades.

1.5. Setores de Atividades

O setor de moda afro está em constante crescimento e expansão, refletindo as demandas e preferências de um mercado cada vez mais diversificado e inclusivo. Nos últimos anos, tem havido uma crescente valorização da cultura afro-brasileira, impulsionando o interesse por produtos que expressem essa identidade.

A diversidade étnica e cultural tem sido celebrada e destacada nas passarelas, nas redes sociais e nas campanhas publicitárias, impulsionando o crescimento do mercado de moda afro. A presença de marcas e empreendedores que valorizam a diversidade é uma tendência crescente, demonstrando a importância de atender às demandas de um público cada vez mais consciente e engajado.

Apesar do crescimento promissor, o setor de moda afro também enfrenta desafios e concorrências. A crescente visibilidade tem atraído mais empresas e marcas para o segmento, aumentando a competição no mercado.

A busca por diferenciação e inovação é essencial para se destacar em meio à concorrência acirrada. Além disso, é importante considerar a representatividade e autenticidade nas criações e na comunicação, para atender às expectativas e demandas dos consumidores afrodescendentes de forma genuína e respeitosa.

1.6. Forma Jurídica

Uma empresa de sociedade limitada é uma forma de organização empresarial em que a responsabilidade dos sócios é limitada ao valor de suas cotas sociais. Aqui estão os principais pontos sobre uma empresa de sociedade limitada de forma resumida:

I. **Responsabilidade Limitada:** Os sócios não respondem com seus bens pessoais pelas dívidas da empresa, sendo responsáveis apenas pelo valor de suas cotas.

II. **Capital Social:** O capital social da empresa é dividido em cotas, e cada sócio contribui com uma quantia ou bens para adquirir suas cotas.

III. Administração: A empresa é administrada por sócios ou por terceiros contratados, podendo ser designada um administrador único, um conselho de administração ou uma diretoria.

IV. Contrato Social: O contrato social é o documento que estabelece as regras de funcionamento da empresa, incluindo direitos e deveres dos sócios, forma de administração, divisão de lucros e prejuízos, entre outros aspectos.

V. Registro na Junta Comercial: Uma empresa de sociedade limitada deve ser registrada na Junta Comercial ou em outro órgão competente, em conformidade com a legislação do país, para adquirir personalidade jurídica e iniciar suas atividades.

VI. Lucros e Prejuízos: Os lucros da empresa são distribuídos entre os sócios de acordo com suas cotas de participação no capital social. Da mesma forma, os prejuízos são suportados pelos sócios na proporção das suas cotas.

1.7. Enquadramento Tributário

Em relação à opção pelo Simples Nacional, é uma escolha comum para micro e pequenas empresas no Brasil devido às suas vantagens simplificadas de tributação. O Simples Nacional é um regime tributário simplificado que permite que as empresas paguem vários impostos federais, estaduais e municipais de forma unificada, com alíquotas reduzidas e simplificadas, facilitando o cumprimento das obrigações fiscais.

Dessa forma, optar pelo Simples Nacional pode ser uma decisão vantajosa para a Étino E-commerce Ltda., pois simplifica a administração tributária e reduz a carga fiscal, permitindo que a empresa concentre seus recursos e esforços no crescimento do negócio.

1.8. Capital Social

O valor total da empresa é de R\$ 180.000,00. Como sendo uma sociedade limitada, foi decidido dividir a empresa de forma igualitária com cada um tendo uma cota de 20% da empresa, gerando assim um total de 100% de contribuição quando somadas todas as cotas.

Sócios	Participação na empresa (%)
Carlos Eduardo	20%
Isaque Damascena	20%
Kauã Vicentini	20%
Raphael	20%
Vinicius Tadeu	20%
Total	100%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Sócios	Capital investido	Origem do capital
Carlos Eduardo	R\$ 36.000,00	Reserva pessoal
Isaque Damascena	R\$ 36.000,00	Empréstimo bancário
Kauã Vicentini	R\$ 36.000,00	Metade do valor veio da reserva pessoal e a outra metade de empréstimo bancário
Raphael Cândido	R\$ 36.000,00	Metade do valor veio da reserva pessoal e a outra metade de empréstimo bancário
Vinicius Tadeu	R\$ 36.000,00	Reserva pessoal

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Os valores surgiram a partir da divisão igualitária do valor de R\$ 180.000,00 dividido entre cinco sócios, o valor de cada um ficou em R\$ 36.000,00. Cada um fez seu investimento da maneira que melhor lhe convém, sendo dois sócios com um investimento no qual metade dos mesmos, veio de empréstimos bancários de R\$ 18.000,00 (Respectivamente os sócios Kauã e Raphael) e um sócio que investiu através de empréstimo bancário de R\$ 36.000,00 em valor líquido total (Respectivamente o sócio Isaque).

1.9. Fonte de Recursos

Na Étino E-commerce Ltda., os sócios adotaram uma abordagem igualitária nos recursos, onde o valor foi dividido igualmente entre os sócios e eles usaram métodos diferentes para adquirir o capital social. Vinicius contribui com um montante de R\$ 36.000,00, proveniente de suas economias pessoais acumuladas ao longo dos anos. Seu investimento reflete sua visão de longo prazo e disciplina financeira, demonstrando sua confiança no potencial de crescimento da Étino.

Carlos Eduardo investiu um valor de R\$ 36.000,00, também proveniente de suas economias pessoais. Sua abordagem demonstra uma visão de longo prazo e um compromisso sólido com o sucesso da empresa.

Raphael Candido e Kauã Vicentini, outros sócios da Étino, cada um investe R\$ 36.000,00, parte proveniente de suas economias pessoais (R\$ 13.000,00) e parte por meio de empréstimos bancários (R\$ 13.000,00). Essa estratégia reflete sua confiança na viabilidade do negócio e sua disposição para buscar recursos adicionais para impulsionar o crescimento da empresa.

Isaque Damascena escolhe financiar seu investimento de R\$ 36.000,00 exclusivamente por meio de empréstimos bancários. Essa decisão pode indicar sua busca por oportunidades de investimento que possam trazer resultados no curto prazo, mesmo que envolva o pagamento de juros ao banco.

Essas abordagens diversas para financiar os investimentos na Étino refletem a variedade de perspectivas e estratégias dos sócios, garantindo uma gestão equilibrada e colaborativa da empresa. Com isso temos os seguintes dados:

Sócios	Valores (R\$)	Origem dos Recursos (R\$)	%
Vinicius	R\$ 36.000,00	O valor total é proveniente de economias pessoais	20% (Capital próprio)
Carlos Eduardo	R\$ 36.000,00	O valor total é proveniente de economias pessoais	20% (Capital próprio)
Kauã	R\$ 36.000,00	Metade do valor veio de reservas pessoais e a outra metade de um empréstimo	10% (Capital próprio) 10% (Capital vindo de empréstimo)

		bancário	
Raphael	R\$ 36.000,00	Metade do valor veio de reservas pessoais e a outra metade de um empréstimo bancário	10% (Capital próprio) 10% (Capital vindo de empréstimo)
Isaque	R\$ 36.000,00	O valor total é proveniente de empréstimo bancário	20% (Capital vindo do empréstimo)
TOTAL			100% (60% Capital próprio e 40% Capital vindo de empréstimos)

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

2. ANÁLISE DE MERCADO

O mercado brasileiro de roupas étnicas atrai uma ampla faixa etária interessada em expressar sua identidade cultural e apreciação por diversas culturas. Os consumidores valorizam autenticidade, diversidade e moda sustentável, buscando peças que representem suas raízes culturais e demonstrem apoio à inclusão.

A Étino E-commerce enfrenta a concorrência da Kaxamana, que oferece produtos étnicos, incluindo peças afros, com qualidade e preços justos. A localização em Interlagos pode ser desafiadora, mas há oportunidades para se destacar oferecendo serviços e garantias que atendam às expectativas dos consumidores afrodescendentes.

Além disso, a Étino está em processo de parceria com Negaju - Acessório Afro e AY Fashion Manufacturer para ampliar seu catálogo, garantindo variedade e qualidade. A análise destaca a importância de compreender as necessidades dos consumidores afrodescendentes e as estratégias para se destacar em um mercado competitivo e diversificado.

2.1. Estudo dos Clientes

A escolha dos gêneros reflete a decisão de ter um público amplo, já que tanto homens quanto mulheres usam essas vestimentas. A faixa etária foi escolhida após uma análise sobre os consumidores deste tipo de moda, a localização seria por questões de logísticas, já que fica mais fácil o alcance a região metropolitana o que nos permite alcançar o devido público-alvo. A escolha das classes reflete a quem consome esse tipo de produto e a ideia da empresa de vender para classes mais diversas.

Gênero: Homens e Mulheres.

Faixa etária: 20 – 40 anos.

Localização: Região metropolitana de São Paulo.

Classe: A, B e C.

2.2. Estudo dos Concorrentes

A Étino E-commerce identificou dois concorrentes significativos no mercado, a Etnias Mundi e a Mukani Shop. A Etnias Mundi, uma loja totalmente online, oferece roupas de diversas etnias, incluindo brincos com preços em média de R\$ 80,90. São conhecidos pela alta qualidade de seus produtos. O atendimento ao cliente é bom, mas não funciona em feriados. Eles não especificam o prazo de sua garantia, mas realizam trocas e devoluções. Operam totalmente online e não funciona em feriados. Eles possuem uma garantia de acordo com o código do consumidor.

A Mukani Shop também é conhecida pela alta qualidade de seus produtos, mas, ao contrário da Étino, os preços são muito elevados. Ambas as empresas são fortes concorrentes no mercado de moda étnica. No entanto, a Étino tem a oportunidade de se diferenciar, oferecendo serviços e garantias que atendam às expectativas dos consumidores afrodescendentes de forma mais eficiente e satisfatória.

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização
Étino Ecommerce	Modelos variáveis, tecidos de alta qualidade.	Camisa – R\$ 110,90 Calca – R\$ 101,90 Vestidos – R\$179,90	Pix, Cartão de Crédito em até 4x, Boleto e Cartão de débito.	Av Santo Amaro, nº 3432 - São Paulo, SP.
Etnias Mundi	Cores variáveis, alta qualidade.	Brincos – R\$ 80,90	Cartão de débito e Crédito em até 5x, dinheiro e pix.	Loja online.
Mukani Shop	Modelos variáveis, tecidos de alta qualidade.	Colares – R\$ 150,00 Vestidos – R\$ 400,00	Boleto, Cartão de débito e Crédito em até 9x.	Rua Lomas Valentinas, 373 - Saúde.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Empresa	Atendimento	Serviço aos Clientes	Garantias Oferecidas
----------------	--------------------	-----------------------------	-----------------------------

Étino E-commerce	Atendimento online via site, WhatsApp e telefone.	O atendimento loja virtual é de segunda a sábado a partir das 09:00 até as 20:00.	Garantia de 90 dias após compra ou recebimento do produto.
Etnias Mundi	Atendimento online via site e WhatsApp.	O atendimento da loja virtual é de segunda a sexta a partir das 08:00 até as 20:00, exceto feriados.	Apenas troca e devoluções, troca em um período de até 30 dias depois do recebimento do produto, devolução em até 7 dias.
Mukani Shop	Atendimento online via site e WhatsApp	O atendimento da loja virtual é de segunda a sexta a partir das 09:00 até as 19:00, exceto feriados.	Garantia de 90 dias, de acordo com o código do consumidor.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

2.3. Estudo dos Fornecedores

A Étino E-commerce está traçando um plano para formar alianças com três proeminentes fornecedores: Negaju - Acessórios Afros, AY Fashion Manufacturer e Kaxama. Cada um desses parceiros traz um elemento único para a diversidade e a excelência dos produtos que a Étino pretende oferecer.

A Étino E-commerce está determinada a construir uma relação de colaboração boa com seus fornecedores. Isso envolve uma comunicação clara, ajuste de prazos e estabelecimento de bons preços. A escolha cuidadosa desses fornecedores tem como objetivo garantir a qualidade, a confiabilidade e a eficácia dos produtos e serviços que serão disponibilizados.

Ao se associar a esses fornecedores, a Étino E-commerce tem como objetivo expandir seu catálogo de produtos, proporcionando aos clientes uma variedade de opções únicas, autênticas e de alto padrão. A empresa está confiante de que seus fornecedores irão cumprir com os requisitos e as necessidades da empresa.

Ordem	Descrição dos itens a serem adquiridos	Nome dos Fornecedores	Preço (R\$)	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização
1	Notebook – 8 Unidades.	Amazon - Dell	R\$3.099,00	Crédito	12 Dias	Online
2	Impressora - 5 Unidades	Mercado Livre – HP	R\$719,00	Crédito	8 Dias	Online
3	Telefone Fixo – 5 Unidades	Amazon - Intelbras	R\$279,90	Crédito	9 Dias	Online
4	Servidor – 2 Unidades	Kabum - Dell	R\$6.799,00	Crédito	15 Dias	Online
5	Modem – 1 Unidade	Amazon - Intelbras	R\$127,31	Débito	6 Dias	Online
6	Cadeira – 13 Unidades	Casas Bahia	R\$149,90	Débito	6 Dias	Online
7	Mesa – 4 Unidades	Mercado Livre- Genérico	R\$2.503,93	Crédito	13 Dias	Online
8	Armário - 6 Unidades	Casas Bahia	R\$1.029,99	Débito	8 Dias	Online
9	Micro-ondas – 1 Unidade	Casas Bahia	R\$599,00	Débito	No dia	Online
10	Bebedouro	Casas Bahia - Britânia	R\$349,00	Débito	No dia	Online
11	Roupas	AY Fashion	R\$70,00~80,00	Pix, Crédito e Débito	20 Dias	Online
12	Acessórios	Negaju	R\$40,00	Pix, Crédito e Débito	14 Dias	Rio de Janeiro, RJ
13	Acessórios	Kaxamana	R\$40,00	Pix, Crédito e Débito.	14 Dias	Online

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

3. PLANO DE MARKETING

A Étino E-commerce é uma plataforma de moda afro que oferece uma ampla variedade de roupas e acessórios para um público diversificado. O foco principal é o atendimento digital, com ênfase no site, redes sociais como Instagram, Facebook e Tik Tok, e canais de comunicação como WhatsApp. Além de contar com uma loja física para atender às necessidades dos clientes locais, mantendo um armazém em uma área de boa localidade para acomodar os produtos.

As estratégias de marketing incluem promoções atrativas, como desconto na primeira compra e ofertas especiais para clientes fiéis. Utilizaremos marketing digital para promover e ofertas especiais para clientes fiéis. Utilizaremos o marketing digital para promover dados dos produtos, destacando a qualidade, diversidade e estilo exclusivo da nossa linha de moda afro. Com uma variedade de formas de pagamento, como cartões de débito e crédito, Pix e boleto, buscamos oferecer conveniência e flexibilidade aos clientes.

3.1. Descrição dos Principais Produtos e Serviços

A Étino E-Commerce oferecerá uma ampla variedade de roupas e acessórios, como blusas, camisas, vestidos, saias, calças, turbantes, entre outras variedades de produtos afros. Os serviços serão totalmente voltados para os clientes, utilizando principalmente os canais digitais.

Roupas	Modelo	Tamanho	Cor	Marca
Camisas	Manga longa Manga Curta	PP, P, M, G, GG	Estampas tribais ou cores sólidas (preta, branca, azul, vermelha, amarela e roxa)	Étino E-commerce Kaxamana
Calças	Reta Baggy	PP, P, M, G, GG	Estampas tribais ou cores sólidas (preta, branca, azul, vermelha, amarela e roxa)	Étino E-commerce Kaxamana

Blusas	Manga longa Manga curta	PP, P, M, G, GG	Estampas tribais ou cores sólidas (preta, branca, azul, vermelha, amarela e roxa)	Étino E-commerce Kaxamana
Acessórios	Brincos Colares	P, M, G	Estampas tribais ou cores sólidas (preta, branca, azul, vermelha, amarela e roxa)	Étino E-commerce Kaxamana Negaju
Vestidos	Longo Curto	PP, P, M, G, GG	Estampas tribais ou cores sólidas (preta, branca, azul, vermelha, amarela e roxa)	Étino E-commerce Kaxamana

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

3.2. Preço

Com base no atual mercado e nos produtos que a Étino oferecerá, a empresa busca trazer produtos dentro da expectativa do público-alvo e da concorrência. Os preços dos produtos são os seguintes abaixo:

Produto	Preço (R\$)
Camisa de manga longa	R\$ 120,00
Camisa de manga curta	R\$ 105,00
Calça reta	R\$ 160,00
Calça baggy	R\$ 176,00
Blusa de manga longa	R\$ 144,00
Blusa de manga curta	R\$ 126,00
Brincos	R\$ 52,00

Colares	R\$ 60,00
Vestido longo	R\$ 180,00
Vestido curto	R\$ 144,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Esses preços foram definidos levando em consideração a qualidade dos produtos, as tendências de mercado e a faixa de preço que o público-alvo está disposto a pagar.

3.3. Estratégias Promocionais

A Étino E-Commerce adotará estratégias promocionais para atender às necessidades e desejos dos clientes. Com o compromisso de trazer confiança e qualidade, não apenas oferecendo uma moda inclusiva, mas algo inovador para um público mais leigo. Por meio de uma abordagem centrada no cliente, algumas estratégias são desenvolvidas:

Site: Essa ferramenta será primordial para o negócio, já que através do site será o principal foco para compra e divulgação dos produtos. Portanto o site deverá ser bem organizado e intuitivo para os clientes

Redes Sociais: Visando o comércio digital, serão usadas as principais redes sociais para a divulgação a publicidade da imagem da nossa loja e do catálogo de produtos. Sendo ativos nas redes e realizando sorteios de produtos ou cupons de descontos, além de apresentar novos produtos, coleções, etc.

Atendimento ao Cliente: Pode ser feito também através dos canais digitais como WhatsApp, Instagram e nas outras redes sociais, pelo Fale Conosco no site da loja online e nas compras realizadas no Mercado Livre e na Shopee, o cliente poderá se comunicar conosco através de canais de comunicação com o vendedor disponível nessas plataformas.

Descontos em Compras Descontos serão adicionados na primeira compra, mas principalmente para clientes mais antigos e fiéis, além de promoções semanais, datas comemorativas (por exemplo; Dia da Consciência Negra e Dia dos Povos Indígenas, temporadas (por exemplo; Verão e Inverno)

Divulgação em Compras: A distribuição de folhetos em pontos estratégicos e locais movimentados possibilita que as pessoas tenham acesso às informações sobre a empresa.

Propaganda: Através da força visual das propagandas, é possível comunicar os valores e produtos da loja, divulgando-a, seus produtos, descontos etc.

3.4. Estrutura de Comercialização

Étino E-commerce terá sua loja física, mas o principal foco será no atendimento digital via site e redes sociais como WhatsApp e Instagram. Nestes canais, os clientes são prontamente atendidos por vendedores capacitados. Para a promoção dos produtos e da loja, será usada a estratégia de marketing digital nas redes sociais como Instagram, Facebook e Tik Tok. Haverá uma grande variedade de formas de pagamento, como cartões de débito e crédito, link de pagamento, Pix, boleto, dinheiro e espécie.

3.5. Localização do Negócio

A Étino E-commerce terá sua loja online, mas também contará com um escritório localizado em uma área de boa localidade para acomodar os colaboradores. Foi pensado em um escritório na Avenida Santo Amaro, uma boa localidade, pois fica em uma região com uma facilidade no seu acesso. Além desse fácil acesso para os colaboradores, a localização também é próxima do público-alvo de nossa empresa, além que fica próximo a diversos galpões para aluguel para ser utilizado como depósito de produtos.

Av. Santo Amaro,		N.A
Santo Amaro	São Paulo	São Paulo
(11) 4002-8922	(11) 5685-2830	(11) 4002-8922

Fonte: Elaborado pelos Autores, 2024.

4. PLANO OPERACIONAL

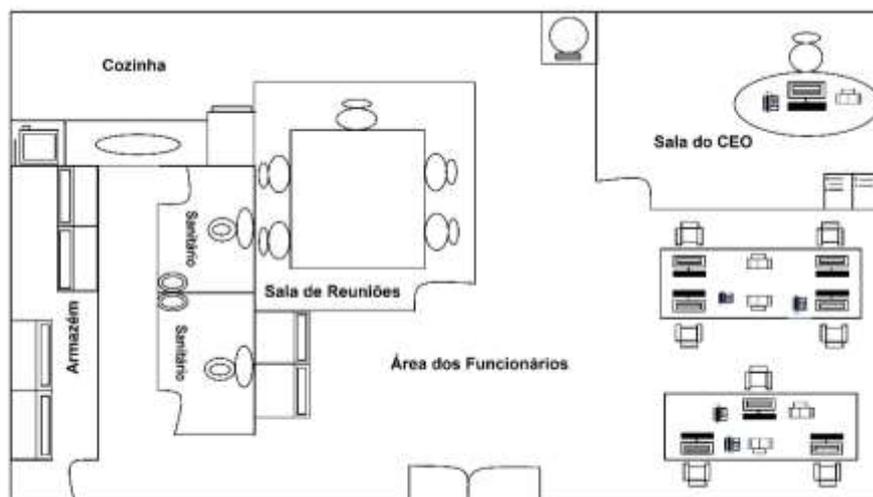
O plano operacional de uma empresa serve para o controle dos preços sobre a quantidade de peças que saem dos estoques durante as vendas, é preciso ter como base este tipo de controle para que a empresa não fique em prejuízo. Para isso pode ser utilizado a margem de contribuição que serve para os gastos fixos dentro da empresa.

Serve para estabelecer um padrão, desta forma atingem-se as metas em vendas que é necessário para saber quais gastos foram efetuados, como os gastos fixos e as despesas da empresa. Usa este meio para os cálculos, arranjo físico, capacidade produtiva, comercial e prestação de serviços; além da organização dos processos operacionais e necessidade pessoal.

4.1. Layout ou Arranjo Físico

Como a empresa irá trabalhar no e-commerce, ela terá um site, onde estarão os produtos com as suas respectivas informações, contato com a equipe de atendimento ao público, informações gerais da empresa, com os clientes podendo fazer cadastro no site para ter descontos.

A empresa terá um escritório, onde lá serão realizadas todas as operações da empresa e funcionará, no início, como um estoque para os produtos. Futuramente pretende-se alugar um galpão para estocar os produtos com isso aumentando a sua capacidade de venda, estoque e organização.



Fonte: Elaborado pelos Autores, 2024.

4.2. Capacidade Produtiva, Comercial e de Prestação de Serviços

A loja virtual Étino E-Commerce, no início, contará com um estoque diversificado de roupas e acessórios, disponíveis em vários tamanhos e modelos. A previsão de vendas para o primeiro mês é de aproximadamente 40% do estoque total, garantindo uma margem de lucro considerável após a dedução dos custos operacionais e de investimento.

No cotidiano, espera-se que o site tenha um fluxo moderado de clientes. No entanto, durante períodos festivos e feriados, planeja-se aumentar o estoque para atender ao aumento da demanda dos clientes. Além disso, para atrair mais clientes, serão oferecidos descontos e promoções especiais.

Meios	Cientes diariamente
Atendimento Online	20
E-Mail	30
Redes Sociais	45
Total	95

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

4.3. Processos Operacionais

Étino é uma empresa brasileira que atua online vendendo roupas e acessórios da moda étnica, opera com uma série de processos operacionais que garantem a eficiência e a qualidade em todas as etapas do negócio. Aqui estão alguns dos principais processos operacionais que a Étino pode adotar:

I. Abastecimento de estoque: A empresa deve realizar uma cuidadosa seleção de fornecedores para garantir a qualidade e a autenticidade dos produtos étnicos que serão oferecidos aos clientes. O abastecimento do estoque deve ser feito de forma regular para garantir a disponibilidade dos itens mais procurados.

II. Gestão de estoque: A Étino deve manter um controle rigoroso do estoque, monitorando o volume de vendas e ajustando os níveis de estoque conforme necessário. Isso pode ser facilitado por sistemas de gestão de estoque

informatizados que fornecem informações em tempo real sobre os níveis de estoque e as tendências de vendas.

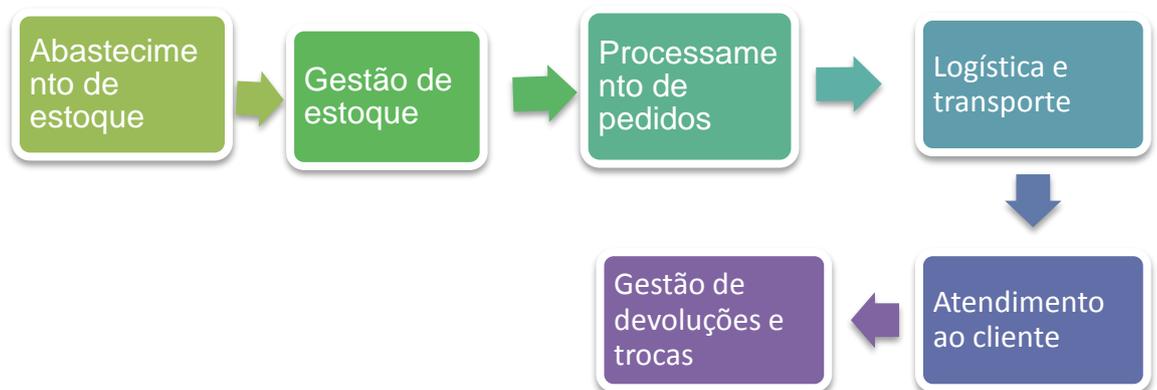
III. Processamento de pedidos: Quando os clientes fazem pedidos através do website da Étino, é crucial que esses pedidos sejam processados de forma rápida e precisa. Isso envolve a separação dos itens no estoque, embalagem dos produtos de forma segura e eficiente, e geração das etiquetas de envio.

IV. Logística e transporte: A empresa precisa ter parcerias com serviços de transporte confiáveis para garantir que os pedidos sejam entregues aos clientes dentro do prazo prometido. Isso inclui a escolha de opções de transporte que ofereçam rastreamento de envio para que os clientes possam acompanhar o progresso de suas entregas.

V. Atendimento ao cliente: Um aspecto crucial dos processos operacionais da Étino é o atendimento ao cliente. Isso envolve responder prontamente às perguntas dos clientes, resolver quaisquer problemas ou reclamações de forma eficaz e garantir que os clientes tenham uma experiência positiva ao interagir com a empresa.

VI. Gestão de devoluções e trocas: A empresa deve ter políticas claras e eficientes para lidar com devoluções e trocas de produtos, garantindo que os clientes tenham uma experiência sem complicações caso precisem retornar um item por qualquer motivo.

VII. Marketing e promoção: A Étino deve investir em estratégias de marketing online para promover seus produtos e atrair novos clientes. Isso pode incluir o uso de mídias sociais, marketing de conteúdo, publicidade paga e outras táticas para aumentar a visibilidade da marca e impulsionar as vendas.



4.4. Necessidade de Pessoal

Tem-se as funções de cada cargo dentro da empresa com explicações referentes à suas funcionalidades, responsabilidades e importância dentro da empresa:

CEO: Cargo máximo dentro da empresa, responsável pela visão estratégica e direção geral da empresa de roupas. Define metas, orienta a equipe executiva e toma decisões de alto nível para garantir o sucesso e o crescimento da empresa.

Gerente Administrativo e Financeiro: Responsável pela gestão das operações administrativas e financeiras da empresa. Isso inclui gestão de orçamento, contabilidade, folha de pagamento, gestão de fornecedores e contratos, entre outras responsabilidades.

Analista Financeiro: Auxilia na análise e interpretação de dados financeiros, elaboração de relatórios, previsões financeiras e monitoramento de indicadores de desempenho financeiro da empresa de roupas.

Analista de RH: Responsável pelo recrutamento, seleção, treinamento, desenvolvimento e gestão de pessoal na empresa de roupas. Garante que a equipe seja adequada e bem-preparada para cumprir as metas da empresa.

Assistente Administrativo: Oferece suporte administrativo em diversas áreas da empresa, incluindo atendimento ao cliente, agendamento de reuniões, organização de documentos e outras tarefas administrativas.

Gerente de Compras: Responsável pela gestão do processo de compras de produtos para a empresa de roupas. Negocia com fornecedores, monitora estoques e garante a qualidade e disponibilidade dos produtos.

Analista de Compras: Auxilia o gerente de compras na análise de mercado, pesquisa de fornecedores, avaliação de custos e na elaboração de estratégias de compras eficientes.

Assistente de Compras: Oferece suporte ao departamento de compras, realizando tarefas administrativas, como emissão de pedidos de compra, acompanhamento de entregas e atualização de registros.

Estoquista: Responsável pelo controle de estoque, recebimento, armazenamento e organização dos produtos da empresa de roupas, garantindo que haja disponibilidade adequada de produtos para atender à demanda dos clientes.

Gerente de Logística: Gerencia as operações logísticas da empresa, incluindo transporte, distribuição, armazenamento e gerenciamento de inventário, para garantir uma cadeia de suprimentos eficiente e oportuna.

Coordenador de Transporte: Responsável pela coordenação das atividades de transporte, roteirização de entregas, negociação com transportadoras e garantia de entregas pontuais e seguras dos produtos.

Assistente de Logística: Oferece suporte operacional ao departamento de logística, ajudando na coordenação de atividades diárias, preparação de documentos de transporte e monitoramento de entregas.

Analista de Estoques: Responsável pela análise e controle detalhado dos níveis de estoque, identificação de tendências, previsão de demanda e implementação de políticas de gestão de estoque eficientes.

Gerente de Atendimento ao Cliente: Responsável por garantir um alto padrão de atendimento ao cliente, gerenciando a equipe de atendimento, resolvendo reclamações e garantindo a satisfação do cliente.

Supervisor de Atendimento: Supervisiona as operações diárias do departamento de atendimento ao cliente, treina a equipe, resolve problemas complexos e assegura que os padrões de atendimento sejam mantidos.

Assistente de Atendimento: Oferece suporte direto aos clientes, respondendo a perguntas, processando pedidos, resolvendo problemas e fornecendo informações sobre produtos e serviços da empresa de roupas.

Analista de Satisfação do Cliente: Responsável por coletar feedback dos clientes, analisar dados de satisfação do cliente, identificar áreas de melhoria e implementar estratégias para melhorar a experiência do cliente.

Gerente de Marketing e Promoções: Responsável pela elaboração e execução de estratégias de marketing e promoções para promover os produtos da empresa de roupas, aumentar a visibilidade da marca e impulsionar as vendas.

Analista de Marketing Digital: Foca em estratégias de marketing online, como campanhas de mídia digital, SEO, PPC, mídias sociais e análise de dados para otimizar o desempenho das campanhas.

Especialista em Mídias Sociais: Encarregado de criar conteúdo relevante e envolvente para as plataformas de mídia social da empresa de roupas, interagir com seguidores, gerenciar campanhas e monitorar métricas de desempenho.

Assistente de Marketing e Promoções: Auxilia na implementação das estratégias de marketing e promoções, realizando tarefas administrativas, criando materiais de marketing e coordenando eventos promocionais.

Cada um desses cargos desempenha um papel específico e importante no funcionamento eficiente e eficaz de uma empresa de roupas, desde a gestão financeira e administrativa até o atendimento ao cliente e o marketing.

Tabela de funcionários	Número de funcionários	Funções dentro da empresa	Salários
Equipe de Gestão Administrativa e Financeira	3 funcionários	Gerente Administrativo e Financeiro	R\$ 3.800,00
		Analista Financeiro	R\$ 2.000,00
		Analista de RH	R\$ 1.500,00
Equipe de Compras e Fornecimento	2 funcionários	Gerente de compras	R\$ 3.600,00
		Estoquista	R\$ 2.000,00
Equipe de Logística e Transporte	2 funcionários	Gerente de logística	R\$ 3.700,00
		Analista de Estoque	R\$ 2.000,00
Equipe de atendimento ao cliente	3 funcionários	Gerente de Atendimento ao cliente	R\$ 3.500,00
		Supervisor de atendimento	R\$ 2.400,00
		Assistente de atendimento	R\$ 2.000,00
		Gerente de Marketing e	R\$ 3.800,00

Equipe de marketing e promoção	2 funcionários	Promoções	
		Analista de Marketing digital	R\$ 2.800,00
		Especialista em Mídias Sociais	R\$ 2.600,00

Fonte: Elaborado pelos Autores, 2024.

5. PLANO FINANCEIRO

A Étino, empresa atuante no segmento de moda étnica, possui um planejamento financeiro bem definido. O valor destinado para os investimentos fixos, que são geralmente alocados para a compra de equipamentos, máquinas, móveis e outros itens essenciais para o funcionamento da empresa, é de R\$ 62.605,07.

Para o capital de giro, que é utilizado para financiar a continuidade das operações da empresa, incluindo despesas como: salários de funcionários, a compra de matéria-prima, pagamento de fornecedores, entre outros, a Étino reservou R\$ 92.400,00. Foram destinados R\$ 9.012,00 para os investimentos pré-operacionais.

Estes são os gastos realizados com ações que antecedem o início das atividades da empresa, como reformas, treinamentos, legalização da empresa, entre outros. Este valor é a soma dos investimentos fixos, do capital de giro e dos investimentos pré-operacionais. Um planejamento financeiro eficiente é crucial para o sucesso de qualquer empreendimento e a Étino, com seu planejamento bem estruturado, demonstra estar preparada para enfrentar os desafios do mercado de moda étnica.

5.1. Estimativa dos Investimentos Fixos

Dentro da estimativa de investimentos fixos da empresa, é crucial organizar adequadamente os planos para garantir que ocorram conforme o esperado. Destacam-se os seguintes itens como parte desse investimento: computadores, impressoras, telefones fixos, servidores e um modem todos eles sendo necessários para as operações da empresa. E de moveis serão cadeiras, mesas, armários, micro-ondas e bebedouro; tudo isso para oferecer um melhor conforto no ambiente de trabalho.

Ao considerar todos esses elementos, o valor total estimado para o investimento fixo é de R\$ 62.605,07. Essa quantia abrange todas as necessidades essenciais para o funcionamento eficiente e eficaz da empresa, garantindo um ambiente propício ao crescimento e desenvolvimento do negócio necessário para a legalização da empresa e sua operação dentro das normas legais.

A)	Investimento Fixo			
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Notebook	8	R\$ 3.099,00	R\$ 24.792,00
2	Impressora	5	R\$ 719,00	R\$ 3.595,00
3	Telefone fixo	5	R\$ 279,90	R\$ 1.399,50
4	Servidor	2	R\$ 6.799,00	R\$ 13.598,00
5	Modem	1	R\$ 127,31	R\$ 127,31
Total				R\$ 43.511,81

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

B)	Moveis e utensílios			
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Cadeira	13	R\$ 149,90	R\$ 1.948,70
2	Mesa	4	R\$ 2.503,93	R\$ 10.015,72
3	Armário	6	R\$ 1.029,99	R\$ 6.179,94
4	Micro-ondas	1	R\$ 599,00	R\$ 599,00
5	Bebedouro	1	R\$ 349,90	R\$ 349,90
Total				R\$ 19.093,26

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Total dos investimentos fixos	A + B	R\$ 62.605,07
--------------------------------------	--------------	----------------------

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

5.2. Capital de Giro

Ao iniciar uma empresa, é fundamental separar os gastos pessoais dos gastos fixos. Os gastos fixos são despesas que persistem mesmo que a empresa não realize vendas, como aluguel do imóvel, contas de água, energia, IPTU e potencialmente empréstimos junto ao banco.

Por outro lado, os gastos variáveis estão diretamente ligados às produções ou vendas realizadas, podendo ser medidos periodicamente. Conhecer o valor dos gastos mensais é crucial para uma organização eficiente e para garantir o funcionamento contínuo da empresa.

Ao calcular os gastos fixos e variáveis, é importante considerar itens como camisas, calças, blusas, acessórios e vestidos, se aplicável ao tipo de negócio em questão. Esses custos podem variar dependendo da demanda e das atividades comerciais, mas devem ser incluídos na gestão financeira para uma visão completa dos gastos da empresa.

	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Camisa de manga longa	200	R\$ 80,00	R\$ 16.000,00
2	Camisa de manga curta	200	R\$ 70,00	R\$ 14.000,00
3	Calça baggy	200	R\$ 110,00	R\$ 22.000,00
4	Calça reta	200	R\$ 100,00	R\$ 20.000,00
5	Blusas de manga longa	200	R\$ 80,00	R\$ 16.000,00
6	Blusas de manga curta	200	R\$ 70,00	R\$ 14.000,00
7	Brincos	200	R\$ 40,00	R\$ 8.000,00
8	Colares	200	R\$ 40,00	R\$ 8.000,00
9	Vestido longo	200	R\$ 100,00	R\$ 20.000,00
10	Vestido curto	200	R\$ 80,00	R\$ 16.000,00
	Total	2.000	R\$ 77,00	R\$ 154.000,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Caixa Mínimo – Contas a receber			
Prazo Médio de Vendas	%	Números de Dias	Média ponderada em dias
A vista	20%	0	0
A prazo (1)	45%	30	13,5
A prazo (2)	30%	60	18
A prazo (3)	5%	90	4,5
Prazo Médio de recebimentos em dias			36

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Caixa Mínimo – Fornecedores			
Prazo Médio de Compras	%	Números de Dias	Média ponderada em dias
A vista	30%	0	0
A prazo (1)	50%	30	15
A prazo (2)	20%	60	12
Prazo Médio de Pagamentos em dias			27

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Número de Dias que o Estoque demora para sair	
Necessidade média de Estoques	45

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

		Número de dias
Recursos da empresa fora de seu caixa		
1. Prazo médio de Compras		36
2. Estoques - Necessidade média de estoques		45
Subtotal 1 (item 1 + 2)		81
Recursos de Terceiros no Caixa da empresa		
3. Prazo médio de (Compras com fornecedores)		27
Subtotal 2		27
Necessidade de Capital de Giro em dias		54

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Caixa mínimo	
1. Custo fixo mensal	R\$ 66.730,09
2. Custo variável mensal	R\$ 122.573,04
3. Custo total da empresa	R\$ 189.303,13
4. Custo total diário	R\$ 6.310,11
5. Necessidade líquida de capital de giro em dias	54 dias
Total Caixa Mínimo	R\$ 340.745,63

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Capital de Giro (Resumo)	
Estoque inicial	R\$ 154.000,00
Caixa mínimo	R\$ 340.745,63
Total do Capital de Giro	R\$ 494.745,63

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

5.3. Investimentos Pré-Operacionais

Ao planejar o lançamento da loja Étino, é fundamental considerar cuidadosamente os investimentos pré-operacionais necessários para garantir um começo sólido e promissor. Dentre eles, existem despesas de registro da empresa no valor de R\$1.500,00, englobando taxas e documentações.

Ao somar essas despesas, o investimento pré-operacional total da loja Étino é de R\$9.012,00. Essa quantia garantirá uma preparação adequada do espaço físico e a regularização completa da empresa, contribuindo para um início de atividades de forma eficiente e dentro das diretrizes legais.

Investimentos pré-operacionais	Valores (R\$)
Despesas de legalização	R\$ 1.500,00
Divulgação	R\$ 3.000,00
Treinamentos	R\$ 1.012,00

Outras despesas	R\$ 3.500,00
Total	R\$ 9.012,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

5.4. Investimento Total (Resumo)

O investimento inicial destinado aos itens essenciais para a abertura do negócio, ao capital de giro para segurança financeira e aos custos pré-operacionais foi organizado meticulosamente. Isso incluiu tanto o montante próprio dos sócios quanto o capital proveniente de terceiros, conforme detalhado abaixo. A alocação desses recursos foi feita de maneira estratégica para garantir o sucesso e a estabilidade financeira do empreendimento.

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
Investimentos Fixos	R\$ 62.605,07	11%
Capital de giro	R\$ 494.745,63	87%
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 9.012,00	2%
Total	R\$ 566.362,70	100%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Fonte de Recursos	Valor (R\$)	(%)
Recursos próprios	R\$ 108.000,00	60%
Recursos de terceiros	R\$ 72.000,00	40%
Total	R\$ 180.000, 00	100%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

5.5. Estimativa do Faturamento Mensal

Na loja, há uma variedade de peças disponíveis para venda. Os produtos no geral têm uma previsão de vendas de 120 unidades cada, com um preço unitário de venda de variando entre os produtos, com isso obtemos os seguintes dados:

Para Comércio revenda de Produtos ou Serviços				
	Produto/ Serviço	QTD (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário	Faturamento Total Mensal
1	Camisa de manga longa	120	R\$ 144,00	R\$ 17.280,00
2	Camisa de manga curta	120	R\$ 126,00	R\$ 15.120,00
3	Calça reta	120	R\$ 170,00	R\$ 20.400,00
4	Calça baggy	120	R\$ 198,00	R\$ 23.760,00
5	Blusa de manga longa	120	R\$ 144,00	R\$ 17.280,00
6	Blusa de manga curta	120	R\$ 136,00	R\$ 16.320,00
7	Brincos	120	R\$ 60,00	R\$ 7.200,00
8	Colares	120	R\$ 72,00	R\$ 8.640,00
9	Vestido longo	120	R\$ 180,00	R\$ 21.600,00
10	Vestido curto	120	R\$ 144,00	R\$ 17.280,00
Total				R\$ 164.880,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

5.6. Estimativa do Custo Unitário de Matéria-Prima, Materiais Diretos e Terceirizações

A Étino E-commerce não possui gastos com matéria-prima por não fabricar seus produtos, e sim revender produtos acabados. Seus gastos incluem os materiais diretos, que são as peças revendidas. Além disso, enquadra-se como gastos com terceirizações, o honorário do contador.

Material	Quantidade	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Vestidos longos	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Vestidos curtos	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
Blusas de manga longa	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
Blusas de manga curta	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00
Camisa de manga longa	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
Camisa de manga curta	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00
Calça baggy	1	R\$ 110,00	R\$ 110,00
Calça reta	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Colares	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
Brincos	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
Total:			R\$ 770,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

5.7. Estimativa dos Custos de Comercialização

A loja enfrentará uma taxa de 14,3% do imposto Simples Nacional sobre seu faturamento anual de R\$ 1.978.560,00. O que resultará em um custo de imposto de R\$ 282.934,08 por ano. Já o gasto com vendas terá 1% sobre o faturamento anual gasto com propagandas dando R\$ 19.785,60 e a taxa de administração de cartão de crédito de 3% gera um gasto anual de R\$ 59.356,80. No total irá ter um custo de R\$ 362.076,48. Com isso montamos a seguinte tabela.

Descrição	(%)	Faturamento estimado anual	Custo total
1. Impostos			
Simples	14,3%	R\$ 1.978.560,00	R\$ 282.934,08
Subtotal 1	14,3%		R\$ 282.934,08
2. Gasto com Vendas			
Propagandas	1%	R\$ 1.978.560,00	R\$ 19.785,60
Taxa de administração de cartão de crédito	3%	R\$ 1.978.560,00	R\$ 59.356,80
Subtotal 2	4%		R\$ 79.142,40
TOTAL	18,3%		R\$ 362.076,48

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

5.8. Apuração do Custo dos Materiais Diretos e/ou Mercadorias Vendidas

A tabela de custos da loja de roupas Étino apresenta as estimativas de vendas em unidades e os respectivos custos unitários de cada produto, sendo essencial para o controle financeiro e gestão eficiente dos negócios, pois permite calcular o custo das mercadorias vendidas (CMV). Fazendo os cálculos temos os seguintes resultados.

Produto	Estimativa de vendas	Custo Unitário (R\$)	CMD/CMV (R\$)
Vestidos longos	120	R\$ 100,00	R\$ 12.000,00
Vestidos curtos	120	R\$ 80,00	R\$ 9.600,00
Blusas de manga longa	120	R\$ 80,00	R\$ 9.600,00
Blusas de manga curta	120	R\$ 70,00	R\$ 8.400,00

Camisa de manga longa	120	R\$ 80,00	R\$ 9.600,00
Camisa de manga curta	120	R\$ 70,00	R\$ 8.400,00
Calça baggy	120	R\$ 110,00	R\$ 13.200,00
Calça reta	120	R\$ 100,00	R\$ 12.000,00
Colares	120	R\$ 40,00	R\$ 4.800,00
Brincos	120	R\$ 40,00	R\$ 4.800,00
Total:			R\$ 92.400,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

5.9. Estimativa dos Custos com Mão de Obra

A estimativa de custos com mão de obra é crucial para gerenciar uma Empresa. Ela envolve calcular quanto você gasta com salários, treinamento e outros custos relacionados aos funcionários. Esta análise minuciosa é essencial para garantir que a empresa permaneça financeiramente saudável e possa fornecer um ambiente de trabalho eficiente e produtivo para sua equipe.

Função	Nº de empregados	Salário mensal (R\$)	(%) de encargos sociais	Encargos sociais (R\$)	Total (R\$)
CEO	1	4.000,00	32,82%	1.312,80	5.312,80
Gerente administrativo e financeiro	1	3.800,00	32,82%	1.247,16	5.047,16
Analista financeiro	1	2.000,00	32,82%	656,40	2.656,40
Analista de RH	1	1.500,00	32,82%	492,30	1.992,30
Gerente de Compras	1	3.600,00	32,82%	1.181,52	4.781,52

Estoquista	1	2.000,00	32,82%	656,40	2.656,40
Gerente de logística	1	3.700,00	32,82%	1.214,34	4.914,34
Analista de Estoques	1	2.000,00	32,82%	656,40	2.656,40
Gerente de Atendimento ao Cliente	1	3.500,00	32,82%	1.148,70	4.648,70
Supervisor de Atendimento	1	2.400,00	32,82%	787,68	3.187,68
Assistente de Atendimento	1	2.000,00	32,82%	656,40	2.656,40
Gerente de Marketing e Promoções	1	3.800,00	32,82%	1.247,16	5.047,16
Analista de Marketing Digital	1	2.800,00	32,82%	918,96	3.718,96
Especialista em Mídias Sociais	1	2.600,00	32,82%	853,32	3.453,32
TOTAL	14				52.729,54

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

5.10. Estimativa do Custo com Depreciação

Uma tabela de depreciação é um documento ou conjunto de dados que mostra como um ativo perde valor ao longo do tempo. Ela é usada por empresas e indivíduos para refletir essa desvalorização de forma precisa em seus registros financeiros e para calcular despesas de depreciação.

Máquinas e equipamentos

Ativos Fixos	Valor Unitário (R\$)	Qtde	Total	Vida Útil em Anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Notebook	R\$ 3.099,00	8	R\$ 24.792,00	5 anos	R\$ 619,80	R\$ 51,65

Impressora	R\$ 719,00	5	R\$ 3.595,00	3 anos	R\$ 239,66	R\$ 19,97
Telefone fixo	R\$ 279,90	5	R\$ 1.399,50	6 anos	R\$ 46,65	R\$ 3,88
Servidor	R\$ 6.799,00	2	R\$ 13.598,00	5 anos	R\$ 1.359,80	R\$ 113,31
Modem	R\$ 127,31	1	R\$ 127,31	3 anos	R\$ 42,43	R\$ 3,53

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Móveis

Ativos Fixos	Valor Unitário (R\$)	Qtde	Total	Vida Útil em Anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Cadeira	R\$ 149,90	8	R\$ 46.485,00	5 anos	R\$ 29,98	R\$ 2,49
Mesa	R\$ 2.503,93	3	R\$ 7.511,79	5 anos	R\$ 500,78	R\$ 41,73
Armário	R\$ 1.029,99	6	R\$ 6.179,94	10 anos	R\$ 102,99	R\$ 8,58
Micro-ondas	R\$ 599,00	1	R\$ 599,00	10 anos	R\$ 59,90	R\$ 4,99
Bebedouro	R\$ 349,90	1	R\$ 349,90	10 anos	R\$ 34,99	R\$ 2,91

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
TOTAL	R\$ 3.007,00	R\$ 250,55

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

5.11. Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais

Descrição	Custo Total Mensal (Em R\$)
Aluguel	R\$ 1.500,00
IPTU	R\$ 500,00
Água	R\$ 200,00

Energia elétrica	R\$ 300,00
Telefone + Internet	R\$ 250,00
Honorários do Contador	R\$ 600,00
Pró-labore	R\$ 7.000,00
Manutenção de Equipamentos	R\$ 3.000,00
Salários + Encargos	R\$ 52.729,54
Material de limpeza	R\$ 200,00
Material de escritório	R\$ 200,00
Depreciação	R\$ 250,55
TOTAL	R\$ 66.730,09

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

5.12. Demonstrativo de Resultados

O Demonstrativo de Resultados traz sua especificação através de um breve relatório e nele está exposta toda a parte que está relacionada ou ligada à conta a contabilidade e traz todos os dados que estão ligados à empresa mostrando todo o lucro obtido inclusive se teve prejuízos.

É através de um balanço de controle financeiro da empresa que traz informações básicas como o que se deve fazer quando a empresa não está bem financeiramente usando o balanço também pode ser descobrir como reduzir todos os gastos da empresa para atrair um bom faturamento assim deve ser feito todo ano o DRE deve ser feito ou reduzido por um contador habilitado.

Descrição	(R\$)	%
1. Receita Total com Vendas	R\$ 1.978.560,00	100%
2. Custos Variáveis Totais		

(-) Custos com Materiais Diretos e/ou CMV	R\$ 1.108.800,00	56%
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 282.934,08	14,3%
(-) Gastos com vendas	R\$ 79.142,40	4%
Subtotal 2	R\$ 1.470.876,48	74,3%
3. Margem de Contribuição	R\$ 869.760,00	44%
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 800.761,08	40,5%
5. Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo)	R\$ 68.998,92	3%

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

5.13. Indicadores de Viabilidade

A análise de viabilidade econômica e financeira é essencial para avaliar a atratividade de um projeto ou negócio. Nesse contexto, três indicadores-chave são frequentemente utilizados: o ponto de equilíbrio, a lucratividade e a rentabilidade. O ponto de equilíbrio é o nível de vendas em que a receita total é igual aos custos totais, resultando em zero lucro ou prejuízo. Conhecer o ponto de equilíbrio é importante para determinar a previsão financeira de um projeto ou investimento.

A rentabilidade é obtida ao dividir o lucro líquido pelo investimento total e multiplicar por 100, refletindo o retorno sobre o investimento realizado. Já a lucratividade é determinada ao dividir o lucro líquido pelo faturamento total e multiplicar por 100, fornecendo uma medida da eficiência na geração de lucros em relação à receita. Esses são os mais importantes indicadores econômicos e financeiros que são usados para avaliar a viabilidade de um negócio, sem eles isso não seria possível.

5.13.1. Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é o nível de vendas em que a receita total é igual aos custos totais, resultando em zero lucro ou prejuízo. Em outras palavras, é o ponto em que uma empresa não está ganhando nem perdendo dinheiro.

O ponto de equilíbrio é calculado considerando os custos fixos e variáveis associados à produção ou à operação de um produto ou serviço. Os custos fixos são despesas que permanecem constantes, independentemente do volume de produção ou vendas, como aluguel, gerenciamento administrativo e depreciação de equipamentos. Os custos variáveis, por outro lado, estão diretamente relacionados ao volume de produção ou vendas e incluem itens como matéria-prima, mão de obra direta e comissões de vendas.

Índice de Margem de Contribuição =

$$\text{R\$ } 832.680,00 / \text{R\$ } 1.895.280,00 = 0,43\%$$

Ponto de equilíbrio =

$$\text{R\$ } 800.761,08 / 0,43 = \text{R\$ } 1.862.235,06$$

5.13.2. Lucratividade

Lucratividade é uma medida que expressa a capacidade de uma empresa gerar lucro em relação ao seu volume de vendas ou investimento. Em termos simples, é a relação entre o lucro obtido e a receita total gerada pela empresa. É uma métrica fundamental para avaliar a eficiência e a rentabilidade de um negócio. A lucratividade pode ser calculada de diferentes maneiras, dependendo do contexto e dos objetivos específicos de análise.

$$\text{Lucratividade} = \text{R\$ } 68.998,92 / \text{R\$ } 1.978.560,00 \times 100 = 3,5\%$$

5.13.3. Rentabilidade

Rentabilidade é uma medida que avalia a eficiência e o retorno financeiro gerado por um investimento, ativo ou operação empresarial em relação ao seu custo, risco ou capital investido. Em termos simples, a rentabilidade indica o benéfico é um investimento ou atividade.

Rentabilidade = R\$ 68.998,92/R\$ 180.000,00 x 100 = 38,3% ao ano

Portanto, a rentabilidade anual estima-se em 38,3%% conforme o faturamento, influenciador ativo no lucro líquido.

5.13.4. Prazo de Retorno do Investimento

Payback é uma métrica usada para avaliar o período de tempo necessário para recuperar o investimento inicial realizado em um projeto ou negócio. Em outras palavras, o payback indica quanto tempo levará para que os fluxos de caixa gerados pelo investimento igualem o valor do investimento inicial.

Prazo de Retorno do Investimento: R\$ 180.000,00/R\$ 68.998,92 = 2,6 anos

Dado a análise feita pode-se obter o resultado de aproximadamente 2 anos e 6 meses.

6. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

A construção de cenários é uma técnica que cria diferentes histórias possíveis sobre o futuro, considerando diversas variáveis e eventos incertos. O objetivo é ajudar a empresa a se preparar para diferentes eventualidades, identificar oportunidades e ameaças, e tomar decisões estratégicas mais informadas. Com isso temos as seguintes projeções.

Descrição	Cenário Provável		Cenário Pessimista		Cenário Otimista	
	Valor (R\$)	%	Valor (R\$)	%	Valor (R\$)	%
1.Receita total com vendas	R\$ 1.978.560,00	100%	R\$ 1.648.800,00	100%	R\$ 2.308.320,00	100%
2.Custos variáveis						
Custos com materiais diretos ou CMV	R\$ 1.108.800,00	56%	R\$ 924.000,00	56%	R\$ 1.293.600,00	56%
Impostos sobre vendas	R\$ 282.934,08	14,3%	R\$ 176.421,60	10,7%	R\$ 330.089,76	14,3%
Gasto com vendas	R\$ 79.142,40	4%	R\$ 65.952,00	4%	R\$ 92.333,20	4%
Subtotal 2	R\$ 1.470.876,48	74,3%	R\$ 1.166.373,60	70,7%	R\$ 1.716.022,96	74,3%
3. Margem de contribuição	R\$ 869.760,00	44%	R\$ 724.800,00	39,2%	R\$ 1.014.720,00	44%
4. Custos fixos totais	R\$ 800.761,08	40,5%	R\$ 800.761,08	55%	R\$ 800.761,08	
5. Lucro/Prejuízo Operacional	R\$ 68.998,92		(R\$ -75.961,08)		R\$ 213.958,92	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

7. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Uma avaliação estratégica, também conhecida como análise estratégica, é um processo sistemático e abrangente usado por empresas e organizações para avaliar sua posição atual, identificar oportunidades e desafios, definir objetivos e desenvolver estratégias para alcançá-los.

O objetivo final de uma avaliação estratégica é ajudar a empresa a criar um plano claro e eficaz para alcançar suas metas de longo prazo e melhorar sua competitividade no mercado.

7.1. Análise da Matriz F.O.F.A

A análise SWOT, também conhecida como análise F.O.F.A (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças), é uma ferramenta amplamente utilizada no campo da gestão estratégica para avaliar a posição competitiva de uma empresa ou organização. Ela envolve a identificação e análise dos fatores internos e externos que afetam a capacidade da empresa de atingir seus objetivos.

Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
<p style="text-align: center;">FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diversidade de produtos • Colaboradores capacitados • Plataforma de e-commerce robusta 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento da demanda sazonal • Parcerias com influenciadores • Mercado Nichado
<p style="text-align: center;">FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dependência de fornecedores externos • Custos operacionais elevados • Dependência de terceiros para logística 	<p style="text-align: center;">AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mudanças nas tendências de moda • Regulamentações governamentais • Volatilidade cambial

Fonte: Elaborado pelos Autores, 2024.

Forças: Nossas forças serão Diversidade de produtos A empresa oferece uma ampla variedade de roupas e acessórios étnicos, o que pode atrair diferentes segmentos de clientes. Colaboradores capacitados a empresa irá conta com uma equipe qualificada e competente, capaz de gerenciar as operações com eficiência. E também contará com uma plataforma de e-commerce robusta bem desenvolvida e amigável, com recursos de navegação intuitiva, checkout seguro e integração com métodos de pagamento variados.

Oportunidades: Haverá um Aumento da demanda sazonal durante períodos festivos e feriados, a Étino planejará aumentar o estoque para atender à demanda dos clientes, o que pode resultar em maiores vendas e lucros durante esses eventos. As parcerias com influenciadores onde iremos explorar parcerias com influenciadores de moda nas redes sociais para aumentar sua visibilidade e atrair novos clientes. E por fim o Mercado Nichado onde atualmente, o mercado da moda étnica não é muito amplo e carece de concorrentes fortes. Isso proporciona à Étino um ambiente que gera a oportunidade de crescer e prosperar neste mercado.

Fraquezas: Haverá uma dependência de fornecedores externos onde ela enfrentará desafios relacionados à dependência de fornecedores externos para seus produtos, o que pode impactar a qualidade, disponibilidade e custos dos itens em seu catálogo. Com isso gerando custos operacionais elevados, onde teremos custos com mão de obra, marketing e operações logísticas que podem ser altos, especialmente para uma empresa iniciante, o que pode afetar a lucratividade. Por fim a dependência de terceiros para logística onde ela poderá enfrentar desafios devido à sua dependência de serviços de logística de terceiros, sujeitando-a a atrasos na entrega e falta de controle sobre a experiência do cliente na última milha.

Ameaças: As mudanças nas tendências de moda onde as mesmas geram flutuações nas preferências dos consumidores e mudanças nas tendências de moda podem impactar a demanda por produtos específicos da Étino, exigindo uma adaptação rápida e eficiente da empresa para então conseguir contornar essas situações. As regulamentações governamentais se sofrerem alterações nas regulamentações governamentais relacionadas a comércio eletrônico, privacidade de dados e tributação podem impor custos adicionais e exigir ajustes nas operações da empresa para garantir que ela fique na conformidade com a lei. E a volatilidade cambial onde as flutuações nas taxas de câmbio podem aumentar a incerteza nos

custos de importação e exportação afetando sua competitividade e margens de lucro.

8. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Ao longo do processo, foram realizadas várias etapas e pesquisas que confirmaram a viabilidade do projeto da Étino E-commerce, uma empresa que se dedica ao comércio de vestuário e acessórios étnicos. Este veredicto está fortemente alinhado com todos os aspectos mencionados no plano de negócios, especialmente no que diz respeito ao plano operacional e financeiro. Nota-se a eficácia do planejamento na minimização de gastos e perdas desnecessárias, o que indica uma gestão financeira robusta e estratégica.

É reconhecido que o empreendimento enfrentará desafios, conforme apresentado na análise SWOT, também conhecida como Matriz F.O.F.A., no entanto, essa ferramenta possibilitou identificar com maior clareza esses desafios, fornecendo insights valiosos para encontrar soluções, como a implementação de um programa de marketing eficaz e a oferta de um atendimento de qualidade dentro do comércio. Com base nas previsões de vendas elaboradas no plano financeiro, é possível compreender que, ao elaborar um plano de negócios adequadamente, a Étino pode estabelecer o ponto de equilíbrio como uma meta estável e de fácil alcance. Além disso, os percentuais de lucratividade e rentabilidade indicam um futuro promissor para o empreendimento, como demonstrado pelo prazo de retorno do investimento, que não é um período longo.

Portanto, segundo as análises e percepções apresentadas durante o processo de pesquisa, conclui-se que a Étino possui viabilidade como um negócio. Suas projeções e observações sobre as tendências em crescimento na comunidade atual sugerem que o comércio de roupas étnicas pode ser uma aposta sólida para o sucesso empresarial.

REFERÊNCIAS

Cálculos De Encargos Sociais e Trabalhistas. **Guia Trabalhista**, 2024. Disponível em <https://www.guiatrabalhista.com.br/tematicas/custostrabalhistas.htm>. Acesso: 03. Mai. 2024.

Como entregar produtos vendidos pela internet. **Pagar.me**, 2020. Disponível em: <https://pagar.me/blog/entregar-produtos-vendidos-pela-internet/>. Acesos em 17, Mar. 2024.

GULARTE, Charles. Simples Nacional, O Que é?: Guia completo, faturamento, DAS e tabela 2024. **Contabilizei**, 2024. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/simples-nacional/> Acesso em: 20. Fev. 2024.

GULARTE, Charles. Sociedade Limitada: O que é uma LTDA? Como funciona e características. **Contabilizei**, 2024. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/sociedade-limitada/>. Acesso em 22, Fev, 2024.

Investimento inicial: qual o valor necessário para iniciar meu negócio?. **Sebrae**, 2019. Disponível em: <https://inovacaosebraeminas.com.br/investimento-inicial/> Acesso em: 12. Abr. 2024

O que é moda étnica?. **Isabella Fiorentino**, 2020. Disponível em <https://www.isabellafiorentino.com.br/materias/o-que-e-moda-etnica/#:~:text=Sendo%20assim%2C%20moda%20%C3%A9tnica%20%C3%A9,%2C%20tecidos%2C%20materiais%20e%20acess%C3%B3rios>. Acesso: 07.05.2024

Moda étnica: o que é e como aderir. **Fcem**, 2023. Disponível em: <https://fcem.com.br/noticias/moda-etnica-o-que-e-e-como-aderir/>. Acesso em 01. Out. 2023

SAMPAIO, Daniel. O que é E-commerce? Tudo o que você precisa saber para ter uma loja virtual de sucesso!. **RockContent**, 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/e-commerce-guia/> Acesso em: 05. Mar. 2024